

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau bisa dikatakan sebagai kebutuhan pokok. Dengan alasan tersebut, manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan. Dalam menikmati makanan tersebut banyak cara yang dilakukan oleh setiap orang, ada yang memilih restoran yang mahal dengan pelayan mewah, dengan harapan bahwa konsumen akan merasa puas setelah ia mengorbankan sejumlah uang yang cukup besar di restoran yang mewah itu. Disamping itu, ada pula sebagian konsumen yang lebih cenderung memilih restoran yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam kenikmatan makanan yang disantapnya. Sebagian konsumen ada yang beranggapan dari pada makan makanan yang mewah serta mahal tetapi tidak cukup lezat rasanya, lebih baik memilih restoran biasa namun menghadirkan menu yang lezat sesuai dengan selera mereka. Dan juga disesuaikan dengan kemampuan ekonomi mereka.

Bisnis makanan adalah salah satu bisnis yang paling banyak peminatnya dan paling banyak juga penikmatnya, karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi. Pada dasarnya makanan sebagai kebutuhan dasar manusia dan harus dipenuhi setiap harinya. Logikanya sederhananya adalah apabila perut seseorang sudah lapar maka urusan makanpun akan disegerakan untuk dipenuhi, sehingga

orang akan mencari makanan untuk menjaga kelangsungan hidupnya. Apalagi terjadi pergeseran pola hidup masyarakat, dimana masyarakat sudah mulai terbuka dan sudah mulai terbiasa dalam menjadikan makan diluar rumah tersebut sebagai sarana refresing dan berkumpulnya dengan keluarga maupun kerabatnya. Salah satunya cara yang mudah ditempuh dan lebih praktis adalah dengan datang ke Rumah Makan Padang, karena keaneka ragaman jenis menunya maka konsumen memiliki banyak pilihan dalam memutuskan mau makan apa yang diinginkannya.

Tabel 1.1
Data Pengeluaran Per Kapita di Kota Padang Terhadap Makanan dan Minuman Jadi



Tahun	Pengeluaran per kapita (ribu)
2012	97.743
2013	104.143
2014	107.445
2015	122.330
2016	150.213

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Padang (2019)

Dapat dilihat dari data diatas, bahwasanya pengeluaran masyarakat terhadap makanan dan minuman jadi di Kota Padang meningkat tiap tahunnya, jadi bisa dilihat adanya peningkatan kesejahteraan masyarakat di kota padang. Tentu saja peningkatan ini mempengaruhi gaya hidup dan pola perilaku masyarakat kota padang. Terutama dalam hal melakukan pembelian kebutuhan pokoknya. Hal ini bisa terjadi karena sibuknya orang dengan pekerjaan atau yang sibuk melakukan aktifitas di luar rumah, baik itu lelaki maupun perempuan dengan begitu mereka akan mencari sesuatu yang bersifat praktis dan instan

dalam pemenuhan kebutuhan sehari-harinya. Salah satunya adalah dengan mencari makanan dan minuman diluar agar bisa memenuhi kebutuhan makannya.

Dimana salah satu pelaku bisnis yang bisa memenuhi kebutuhan makanan konsumen ialah rumah makan Ampalu Raya, dimana bisnis ini lagi berkembang dikota Padang, dan untuk bisa berkembang lagi rumah makan Ampalu Raya harus melihat dulu siapa saja pesaing yang ada di Kota Padang.

Tabel 1.2
Dafta Rumah Makan Di Kota Padang

Nama Rumah Makan	Rating dan Kelebihan	
	Rating	Kelebihan
Lamun Ombak	4,6	Lokasi strategis, lahan parkirnya luas, rasanya enak, pelayanannya ramah
Pauh Piaman	4,3	Lokasi strategis, lahan parkirnya luas, rasanya enak
Bahagia	4,4	Rasanya enak, tempatnya bersih, pelayanannya ramah
Sari Raso	4,4	Rasanya enak, tempatnya bersih
Pondok Indah Jaya	4,4	Rasanya enak, lokasi strategis, pelayanannya ramah
Bernama	4,4	Lokasi strategis, tempatnya bersih, rasanya enak
Ampalu Raya	4,5	Rasanya enak

Sumber: Ulasan Google (2019)

Dapat dilihat dari tabel diatas, bahwasanya rumah makan ampalu raya mendapatkan rating sebesar 4,5 dari ulasan google dan yang paling tinggi didapatkan oleh rumah makan lamun ombak sebesar 4,6 dan yang lainnya mendapatkan rating antara 4,3 dan 4,4 dari ulasan google. Dan dilihat dari masing-masing kelebihan dari rumah makan tersebut rumah makan ampalu raya hanya memiliki kelebihan dari segi citra rasa, dimana dapat dilihat dari beberapa komentar konsumen, menurut Bob Joesbar “rasanya cukup enak dengan harga yang terjangkau”, menurut Oi Ruswanto “rendangnya enak masakannya seperti

makanan rumahan”, menurut Dafrizal Al Qahtani “gulai ikannya enak, menunya tradisional, pelayanannya ramah dan religius” (*foursquare.com*). pernyataan dari pelanggan tersebut bisa dijadikan bukti bahwasanya rumah makan Ampalu Raya ini memiliki citra rasa yang enak.

Dilihat dari hasil survey awal yang ditanyakan kepada 30 orang konsumen tentang masalah kualitas produk di rumah makan Ampalu Raya, yang mana hasil dari survey awalnya tersebut mendapatkan hasil untuk pertanyaan pertama sekitar 60% konsumen memilih “puas” dengan desain kemasan yang digunakan oleh rumah makan Ampalu Raya dan sekitar 40% konsumen memilih “tidak puas”, dan untuk pertanyaan kedua sekitar 83% konsumen memilih “puas” dengan hidangan yang disajikan oleh rumah makan Ampalu Raya pada saat makan disana dan sekitar 16% konsumen memilih “tidak puas”, dan untuk pertanyaan terakhir sekitar 93% konsumen memilih “puas” setelah makan masakan dari rumah makan Ampalu Raya, dan sekitar 6% konsumen memilih “tidak puas”. Dengan begitu dapat dilihat kalau konsumen itu makan masakan dari Rumah Makan Ampalu Raya karena masakannya enak.



Sehingga untuk mengatasi persaingan yang semakin ketat dan berupaya menarik pelanggan dan mempertahankan pelanggan, salah satu cara yang dapat dilakukan oleh rumah makan Ampalu Raya adalah menciptakan strategi pemasaran yang berorientasikan pada konsumen. Salah satu yang harus dilakukan oleh rumah makan Ampalu Raya dalam menjalani strategi pemasaran yang berorientasi konsumen adalah dengan meningkatkan kualitas produk pada rumah

makan Ampalu Raya tersebut, dengan begitu konsumen dari rumah makan Ampalu Raya tidak mudah untuk pindah ke rumah makan lain.

Kualitas produk merupakan unsur utama yang ditawarkan oleh perusahaan didalam bisnisnya, seperti rumah makan Ampau Raya poduk apa yang ditawarkan dan seperti apa produk tesebut bisa memenuhi ekspektasi konsumen dengan kemasan yang menarik, produk yang bervariasi, dan kualitas produk yang baik. Pada rumah makan Ampalu Raya ini memiliki berbagai macam masakan khas minang dan di spesifikkan dengan rendang, ikan gulai, dendeng asap. Masakan Rumah Makan Ampalu Raya ini juga dikategorikan pada masakan rumahan, jadi pada saat konsumen makan masakan dari RM Ampalu Raya ini, akan merasakan seolah – olah dia makan masakan orang tuanya sendiri. RM Ampalu raya mendapatkan respon positif dari masyarakat terkait masakannya yang enak.

Rumah makan Ampalu Raya teletak di jalan Jhoni Anwar no 17A Ulak Karang ini memiliki berbagai macam masakan khas minang dan di spesifikkan dengan rendang, ikan gulai, dan dendeng asap. Sejak didirikan pada tahun 2009, kini rumah makan Ampalu Raya telah mempunyai satu cabang di jalan Permindo. Di rumah makan ini harga makanan yang ditawarkan sesuai dengan budget para pengujungnya, yaitu sebesar Rp 18.000,- untuk nasi ramasnya Rp 14.000,- untuk lauknya saja.

Salah satu faktor banyaknya konsumen yang datang ke rumah makan ini ialah karena rasanya yang enak. Dan biasanya konsumen yang datang ke rumah makan Ampalu Raya ini tidak hanya dari penduduk lokal saja, konsumen dari luar daerah juga banyak datang untuk mencicipi masakan di rumah makan Ampalu

Raya dan ada juga yang membungkus untuk dibawa ke rumah mereka, kebanyakan konsumen membungkus rendang dan kepala ikan karang.

Hasil penelitian Sari & Andjarwati, (2018) menyatakan bahwa kualitas produk memiliki efek positif pada loyalitas pelanggan, berarti semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada konsumen maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Hasil penelitian Sembiring, Suharyono, & Kusumawati, (2014) menyatakan bahwasanya produk yang berkualitas dan kualitas dari pelayanan dari karyawan suatu perusahaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Dengan begitu konsumen akan merekomendasikan kepada kerabat maupun saudaranya dan akan melakukan pembelian kembali terhadap produk tersebut. Selanjutnya hasil penelitian Chang, N. J., & Fong et al., (2016) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Didukung juga dengan hasil penelitian Asgharian, Salehi, Saleki, Hojabri, & Nikkheslat, (2012) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Apabila semakin bagus kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggannya dan pelanggan tidak akan mudah untuk pindah ke produk lain.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Variabel Mediasi Kepuasan Konsumen pada RM Ampalu Raya Padang”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah untuk penelitian, yaitu :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Rumah Makan Ampalu Raya?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ampalu Raya Padang?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Ampalu Raya Padang?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen memediasi kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Ampalu Raya Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Ampalu Raya Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ampalu Raya Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Ampalu Raya Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen memediasi kualitas p terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Ampalu Raya Padang.



1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi akademis, Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan bahan masukan bagi penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.
2. Bagi praktisi, Sebagai salah satu bahan masukan bagi Manajer Strategic Pemasaran perusahaan dalam memperbaiki Kualitas Produk dan menjaga Kepuasan pelanggan sehingga bisa menimbulkan Loyalitas pelanggan terhadap produk yang dimiliki. Sehingga Rumah Makan Ampalu Raya bisa tetap jadi pilihan utama pelanggan dalam memenuhi kebutuhan makannya.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian dilakukan pada masyarakat kota padang yang sudah pernah membeli makanan pada Rumah Makan Ampalu Raya lebih dari dua kali. Penelitian ini juga membahas mengenai Kualitas Produk, Kepuasan pelanggan, dan juga Loyalitas pelanggan terhadap Rumah Makan Ampalu Raya.

1.6 Sistematika Penelitian

Agar pembahasan dipahami secara jelas, maka penelitian membagi dalam 6 (enam) bab sebagai berikut :

- 1) Bab I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang dari studi ini yang selanjutnya dirumuskan permasalahan penelitian yang berupa

pertanyaan kajian. Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka dikemukakan tujuan dan kegunaan penelitian. Pada bagian terakhir dalam bab ini akan dijabarkan sistematika penelitian.

2) Bab II TINJAUAN PENELITIAN

Bab ini berisi tentang teori-teori dan penelitian terdahulu yang melandasi penelitian ini. Berdasarkan teori dan hasil penelitian-penelitian terdahulu, maka akan terbentuk suatu kerangka pemikiran dan penentuan hipotesis awal yang akan diuji.

3) Bab III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai data dan sumber data, pembentukan model, definisi operasional variabel dan pengukurannya, metode pengolahan dan analisis data dan uji statistik.

4) Bab IV PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menjawab pertanyaan bagaimana pengaruh dari Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen RM Ampalu Raya di Kota Padang dengan Variabel mediasi Kepuasan Konsumen.

5) Bab V PENUTUP

Dalam bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan hasil penelitian.

